



第二次東松山市 観光振興基本計画

出会う！楽しむ！学ぶ！
笑顔あふれるまち 東松山



さらなる観光振興を目指して

東松山市は、東京都心から約 50km という立地条件と恵まれた交通体系を背景に、比企地域の中心都市として着実に発展を遂げてまいりました。

このようなポテンシャルを活かし、平成 27 年度に「東松山市観光振興基本計画」を策定し、リーディングプロジェクトとして、新たな観光資源の創出を位置づけ、くらかけ清流の郷、化石と自然の体験館、東松山ぼたん園、農林公園等、観光資源の磨き上げを行い、交流人口の増加を図ってまいりました。

新たに策定する「第二次東松山市観光振興基本計画」では、第一次計画で整備した観光資源を活かし、有機的につなぐことで、更なる交流人口の増加を図り、将来の定住人口の増加へとつなげてまいります。併せて、本市が持つ、豊かな自然、歴史・文化・芸術、体験・学びという様々な魅力を最大限に活かし、市民の皆様も楽しめる観光のまちづくりを進めてまいります。

結びに、本計画を策定するにあたり、ワークショップにご参加いただきました皆様をはじめ、多くの貴重なご意見をいただきました皆様方に深く感謝申し上げますとともに、本計画の実現に向け、引き続きご支援、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

令和 2 年 3 月



東松山市長 森田 光一

目次

1. はじめに	・・・1
2. これまでの観光に関する取組の振り返り (第一次計画期間の振り返り)	・・・8
3. 東松山市を取り巻く観光動向	・・・12
4. 東松山市の観光のこれからの取組課題	・・・26
5. 東松山市の観光振興に向けた考え方	・・・27
6. 具体的な取組	・・・30
7. 取組の推進体制	・・・41

1 はじめに

1.1 計画の背景・目的

東松山市は、平成 27 年度に「東松山市観光振興基本計画」を策定し、交流人口の増加による地域経済の活性化を図り、目的として定めた『活力ある魅力的なまちづくり』に取り組んできました。

「第五次東松山市総合計画」の基本構想では、「住みたい、働きたい、訪れたい 元気と希望に出会えるまち 東松山」を 10 年後のまちの将来像に掲げました。総合計画の前期基本計画においては、将来像を実現するための 6 つの「まちづくりの柱」の 1 つに「元気で活力のある にぎわいのまち」を定め、市内の観光振興にも積極的に取り組んでいます。

また、平成 31 年には、「東松山市観光協会」が法人化され、観光振興の中核的な役割を担う組織として、新たな体制のもと活動をしています。

「第二次東松山市観光振興基本計画」（以下、第二次計画）は、「東松山市観光振興基本計画」（以下、第一次計画）に基づく 5 年間の取組や東松山の観光の動向を調査した結果等を踏まえ、『活力ある魅力的なまちづくり』の更なる実現に向けた取組の推進を図るため、市民や有識者の意見も参考にしながら、策定作業を進めてきました。第二次計画の期間は令和 2 年度から令和 7 年度までの 6 年間とし、新たな計画のもと、市民、観光関連団体、行政が一丸となって観光振興の実現に向けた取組を推進します。

【まちづくりおよび観光振興に関する計画の流れ】

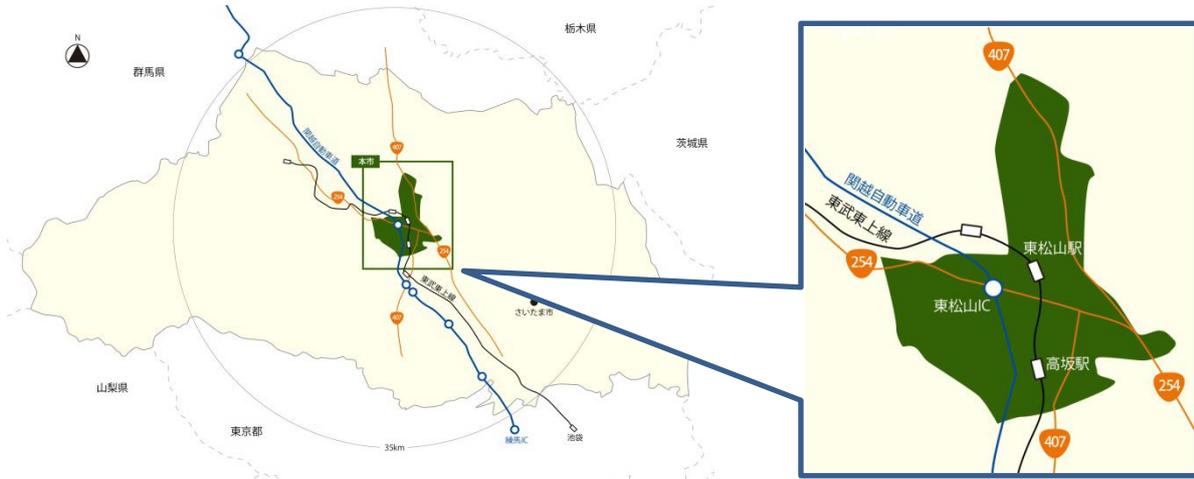
平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度	平成 30年度	令和 元年度	令和 2年度	令和 3年度	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度
第五次東松山市総合計画										
前期基本計画						後期基本計画				
東松山市まち・ひと・しごと創生総合戦略						第2期東松山市まち・ひと・しごと創生総合戦略				
東松山市観光振興基本計画					第二次東松山市観光振興基本計画					

1.2 東松山市の概要

(1) 東松山市の立地

東松山市は、埼玉県のほぼ中央に位置し、東京都心から約 50km 圏に位置しています。市内には、東武東上線高坂駅と東松山駅があり、池袋駅から約 1 時間（TJ ライナー利用の場合、東松山駅まで 44 分）で来ることができます。

また、市内には関越自動車道が通っており、市の中央部に位置する東松山 IC から都心（練馬 IC）まで約 30 分という良好なアクセス性を有しています。市内を訪れる観光客の約 7 割※が自動車を利用していることから、東松山 IC は地域の観光の玄関口と考えられます。



▲東松山市の位置図

※3 章に詳細を後述

(2) 人口および世帯数の推移

国勢調査によると、平成 27 年の東松山市の人口は 91,437 人となっており、平成 7 年以降緩やかな減少を続けてきましたが、増加傾向にあります。また、世帯数は 37,224 世帯と平成 7 年と比較して約 19% 増加をしています。

東松山市の人口統計においても、令和 2 年 1 月の人口は 90,348 人（前年比 58 人増）と増加傾向にあります。



▲東松山市の人口および世帯数の推移

出典：「国勢調査」（総務省統計局）

(3) 東松山市のまちづくりの将来像

①第五次東松山市総合計画（平成28年4月）

東松山市は平成28年度に今後のまちづくりにおける指針となる「第五次東松山市総合計画」を策定しました。計画では、まちづくりの基本理念を「みんなが笑顔 チャンスあふれる 安心して安全なまちづくり」とし、人口減少に歯止めをかけることを目指し、令和7年における人口87,000人を目標に掲げています。

総合計画では、基本理念に基づき、“子ども”“健康福祉”“環境”“生活基盤”“活性化”“協働”の6つの分野について取組を進めています。また、観光振興は、“活性化の分野”の1つの基本施策として位置づけられており、まちづくりの重要な要素となっています。

【第五次東松山市総合計画の概要】

基本理念：みんなが笑顔 チャンスあふれる 安心して安全なまちづくり

将来像：住みたい、働きたい、訪れたい 元気と希望に出会えるまち 東松山

目標：令和7年の人口87,000人

将来像を実現するためのまちづくりの柱

子どもの分野

健康福祉の分野

環境の分野

生活基盤の分野

活性化の分野

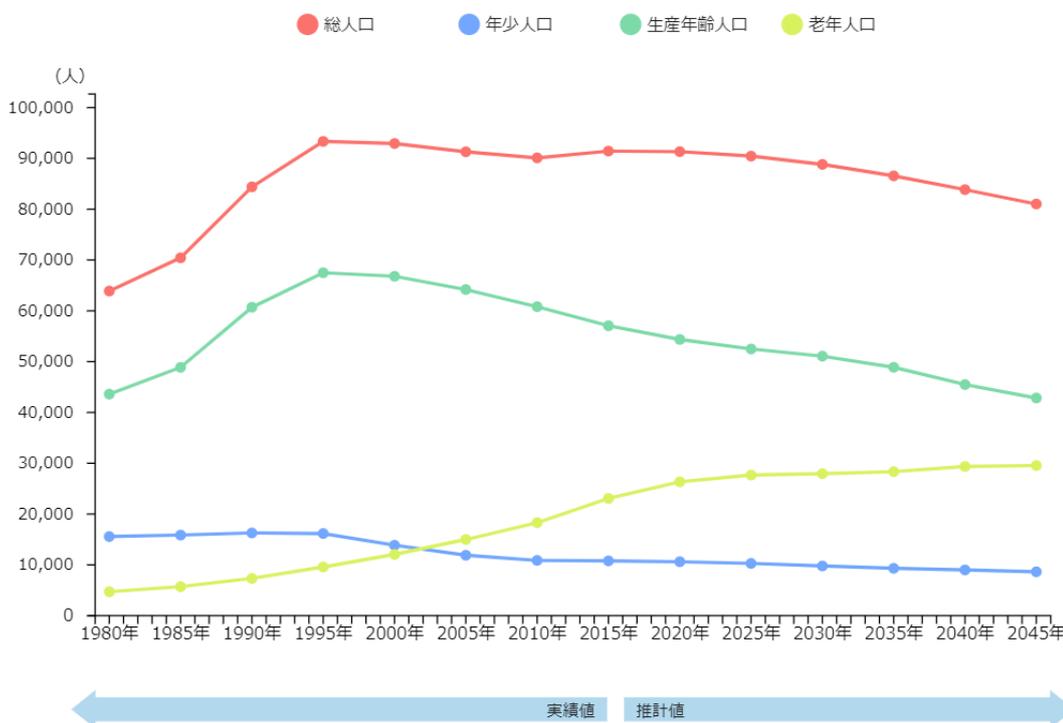
協働の分野

活性化の分野の基本施策

- ①農業の振興
- ②商業の振興
- ③産業振興と就労支援の充実
- ④観光の振興

東松山市の人口の将来推計を見ると、2020年以降から総人口の減少幅が大きくなっています。また、生産年齢人口を見ると、1995年以降減少に転じており、将来的に働き手が少なくなることが予想されます。観光振興を通じて、地域資源を磨き上げ、魅力を高めることは、観光客数の増加、市の認知度向上につながり、ひいては東松山市での就労や移住のきっかけになる可能性が考えられます。

また、観光客数の増加を図るだけでなく、より地域と多様に関わる者である「関係人口」※に着目し、市外からの交流の入り口を増やすことが大切です。移住・定住の促進、まちづくりの担い手確保において、観光分野の取組は重要な役割を担っています。



▲年齢3区分別人口の推移と将来推計

引用：「地域経済分析システム (RESAS)」(内閣府まち・ひと・しごと創生本部)

※関係人口とは、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々のことを指します。

(4) 東松山市の主な観光資源

都心に近く豊かな自然に囲まれた環境の中で、梨狩りやいちご摘み取り等の収穫体験や「くらかけ清流の郷」での川遊び等、自然を活かした様々な遊びを楽しむことができることは東松山市の魅力の一つです。また、この恵まれた自然の中、東松山市では古くから人々の生活が営まれてきました。市内には、「箭弓稻荷神社」や「将軍塚古墳」「高坂彫刻プロムナード」等、歴史や文化、芸術に関する資源もあります。最近では、「化石と自然の体験館」が開館し、化石発掘体験を通して、市の歴史や風土を学べる観光スポットとして子どもたちを中心に人気となっています。

また、豊かな自然環境を活かして開催されるウォーキングイベント「日本スリーデーマーチ」は、毎年国内外から8万人もの人が参加しています。

更に、東松山市は「日本7大やきとりの街」に数えられるほど、やきとり店舗が多く、約40店舗が市内に立地しています。豚のカシラ肉を炭火で焼き、みそだれを付けて味わうスタイルは、東松山市ならではのグルメとして昭和30年頃から楽しまれています。

【平成30年の市内観光入込客数上位10件】

順位	施設名・イベント名	観光入込客数
1	箭弓稻荷神社	827,000人
2	埼玉県こども動物自然公園	688,347人
3	温浴施設	349,000人
4	ゴルフ場(5施設)	258,926人
5	農産物直売所	143,013人
6	日本スリーデーマーチ	82,259人
7	ひがしまつやま花火大会	71,000人
8	埼玉県平和資料館	41,324人
9	東松山夏まつり	38,000人
10	くらかけ清流の郷	35,622人

※観光入込客数の把握を行う施設・イベントは、「観光入込客統計に関する共通基準」(観光庁)に準じて設定

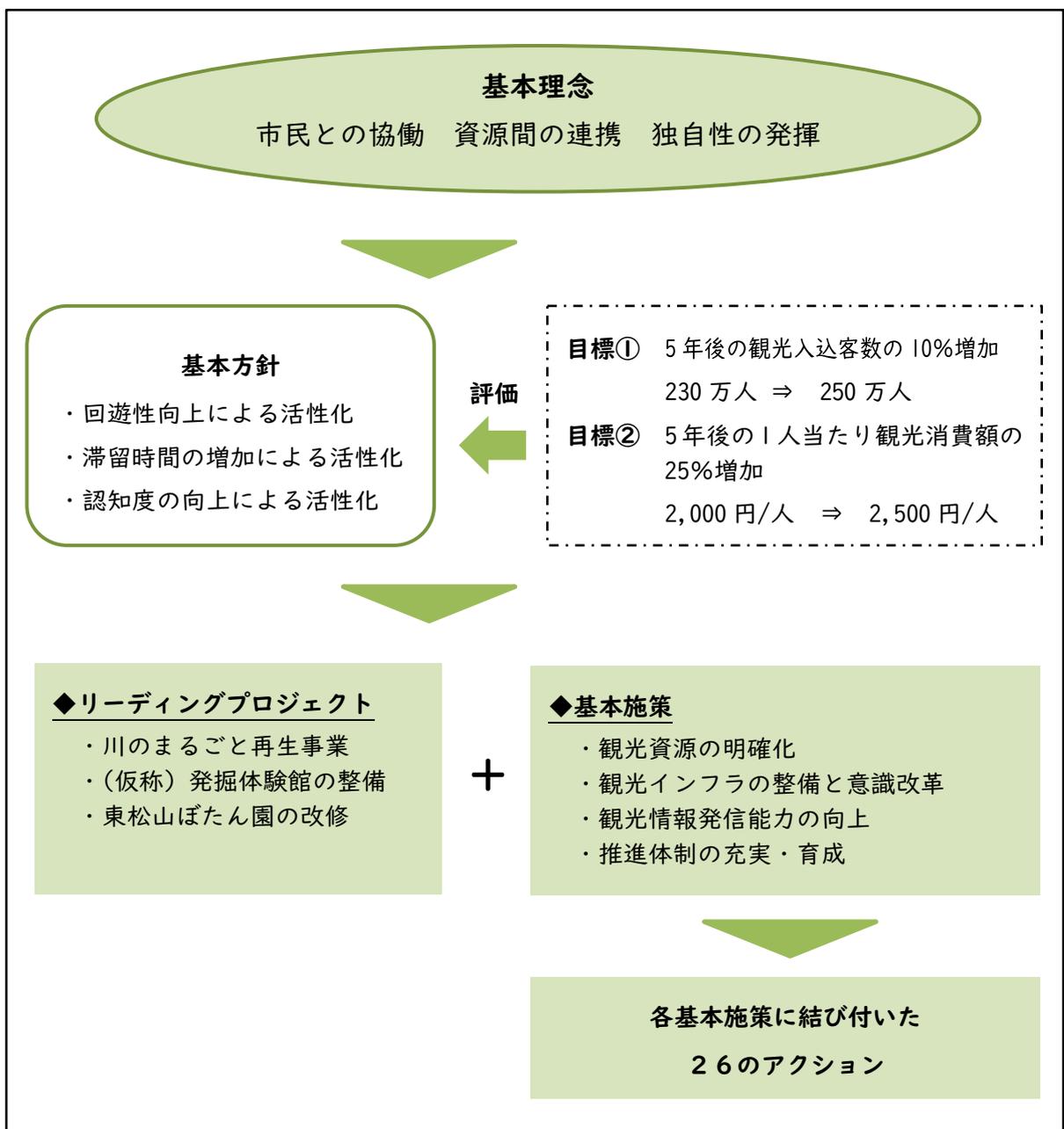
出典:「東松山市観光入込客数」

2 これまでの観光に関する取組の振り返り(第一次計画期間の振り返り)

2.1 第一次計画の概要

第一次計画では、以下の基本理念を掲げ、その実現に向けて3つの基本方針と2つの目標を設定しました。また、観光振興に向けた具体的な取組として4つの基本施策に基づく26のアクションを設定し、更に、市独自の取組として重点的に実施する施設整備やリニューアル事業をリーディングプロジェクトとして位置づけ、取組を進めてきました。

【第一次計画の概要】



2.2 第一次計画の進捗状況と評価

(1) リーディングプロジェクトの取組状況と評価

第一次計画で掲げた3つのリーディングプロジェクトは、平成30年度までに全ての取組を実施しました。その結果、東松山市に新たな観光スポットとして「くらかけ清流の郷」と「化石と自然の体験館」が誕生し、「東松山ぼたん園」は通年楽しめる観光施設となりました。

「くらかけ清流の郷」と「化石と自然の体験館」は平成28年の開業以来、順調に利用者数を延ばしており、市内の主要な観光施設として定着しつつあります。

【リーディングプロジェクトの取組状況】

計画のとおり実施 (◎) : 3 / 内容を見直して実施 (○) : 0 / 実施困難 (△) : 0 / 未実施 (×) : 0

リーディングプロジェクト	取組内容	取組状況	評価
川のまるごと再生事業	埼玉県と協働し、鞍掛橋や稲荷橋周辺を誰もが安心して川遊び等ができる親水エリアになるよう整備します。	鞍掛橋・稲荷橋周辺の親水空間を整備し、川遊びやレジャーが楽しめる観光スポット「くらかけ清流の郷」が誕生。令和元年の台風19号により大きな被害を受けたため、再開に向けた整備を実施。	◎
(仮称) 発掘体験館の整備	化石が産出するという地域の特徴を活かし、発掘を体験できる施設の整備を進めます。	工業団地造成の際に産出された岩塊を活用し、坂東山地区に化石発掘体験ができる「化石と自然の体験館」が開館。	◎
東松山ぼたん園の改修	年間来場者数 50,000 人を目指し、品種および株数を増やすとともに、ぼたんの開花時期以外にも楽しめるよう改修します。	大型遊具やマーケットデッキ、テラス、展望台、園路の整備等を行い、年間を通じて楽しめる施設として再生。	◎

【くらかけ清流の郷・化石と自然の体験館・東松山ぼたん園の利用者数の推移】

施設名	利用者数		
	平成28年	平成29年	平成30年
くらかけ清流の郷	22,335人	30,190人	35,622人
化石と自然の体験館	14,453人	16,705人	19,527人
東松山ぼたん園	—	59,074人	67,135人

(2) 基本施策の実施状況と評価

4つの基本施策に基づく26のアクションについて、取組内容の確認を行い、4段階で実施状況の評価しました。その結果、計画のとおり実施しているものが18、内容を見直して実施しているものが6、検討の結果、実施困難なものが2という状況です。

各基本施策のアクションの実施率は、「観光情報発信能力の向上」「推進体制の充実・育成」が100%、次いで「観光資源の明確化」「観光インフラの整備と意識改革」が86%となっており、一部の取組が検討の結果、実施困難となっています。

【アクションの実施状況の評価】

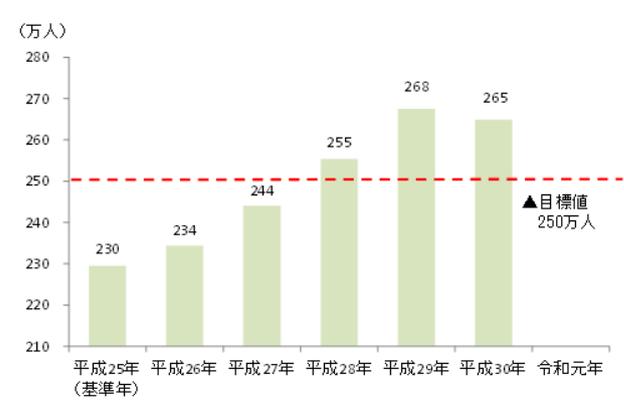
計画のとおり実施 (◎)：18／内容を見直して実施 (○)：6／実施困難 (△)：2／未実施 (×)：0

基本施策	アクション (取組内容)	評価
観光資源の明確化	観光力を高めよう！ZOOM UP 100!!	○
	新発見！こんないいトコ・いいモノありました！	○
	観光資源のデータベース化	○
	箭弓稲荷神社の朝市	△
	市民カメラマンの育成	◎
	観光ガイドの強化	◎
	東松山特産品のブランド化	◎
観光インフラの整備と意識改革	市民向け市内観光ツアーの実施	◎
	観光名所アンケート&スタンプラリー	◎
	観光レンタサイクルの設置	△
	食の魅力 de 集客	◎
	中心市街地の空き店舗の活用	○
	観光案内力の整備	◎
	外国人観光客の誘致	◎
観光情報発信能力の向上	SNS 活用による情報発信	◎
	高めよう観光力！ひがしまつやま MAP の発行	◎
	観光大使の積極的活用	◎
	駅前観光ランドマークの設置	○
	東松山観光 PR 隊の設置	◎
	体験！体感！名物やきとり	◎
	スマホを活用した観光ガイド	◎
推進体制の充実・育成	観光協会の強化	◎
	計画推進プラットフォームの設置	○
	比企地域や周辺自治体との連携強化	◎
	東上線沿線サミット自治体との連携強化	◎
	関係する事業者等の資質向上と人材育成	◎

(3) 目標の達成状況

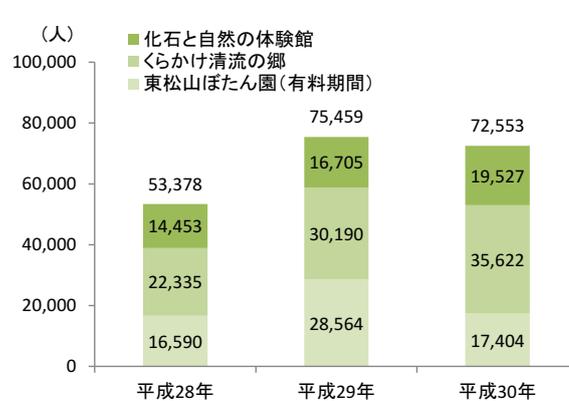
第一次計画では、令和元年までに、観光入込客数 250 万人、1 人当たり観光消費額 2,500 円の達成を計画の目標として掲げました。観光入込客数は、平成 28 年時点で目標値を超える入込客数を獲得しており、以降その水準を維持しています。また、観光消費額は、現在埼玉県の「入込観光客推計調査」で数値が公表されておらず、達成状況の把握が困難な状況です。平成 28 年以降に設置された市の有料施設における利用者数を代替の指標として、市全体の動向を把握した結果、平成 30 年の有料施設の合計利用者数は、72,553 人と平成 28 年から増加していることから、市内の観光消費額も増加しているものと考えられます。

また、26 のアクションの実施率は約 92% となっており、“地域内での観光関連団体間の連携促進” “市内周遊の促進” “戦略的なプロモーションの実施” が課題となっています。第二次計画ではこれらの課題を踏まえ、取組を推進していきます。



▲東松山市の観光入込客数

出典：「観光入込客統計調査結果」(埼玉県)



▲有料施設の利用者数

出典：「東松山市観光入込客数」(東松山市)

課題① 観光資源間の連携を促進し、市内周遊を図る取組の不足

基本方針の1つとして、回遊性の向上が挙げられているが、市内周遊を促進する具体的な取組が少なく、観光資源間を結ぶ二次交通機能の強化も進んでいない。

課題② 戦略的なプロモーションの不足

観光案内所の設置や観光マップの発行等、観光情報を発信するための基盤づくりに取り組んでいるが、PRする明確なターゲット層が設定されておらず、戦略的なプロモーションが不足している。

課題③ 観光関連団体間の連携を促す機会の不足

各アクションの取組主体や主体を補佐する組織が設定されておらず、計画の進捗等を観光関連団体間で振り返る機会もないため、観光振興に関して議論を交わし協働を促す場が不足している。

3 東松山市を取り巻く観光動向

3.1 国の観光動向

観光庁は観光立国推進基本法に基づき、観光立国の実現に関する基本的な計画として平成29年3月に「観光立国推進基本計画」を閣議決定しました。計画期間は平成29年度から令和2年度の4年間とし、基本的な方針として「国民経済の発展」「国際相互理解の増進」「国民生活の安定向上」「災害、事故等のリスクへの備え」を掲げています。

【観光立国推進基本計画の概要】

基本方針	①国民経済の発展 ②国際相互理解の増進 ③国民生活の安定向上 ④災害、事故等のリスクへの備え		
観光立国推進に関する目標	観光立国推進に関する目標	目標値 令和2年まで	実績値 平成27年時点
	○国内観光の拡大・充実		
	・国内旅行消費額	21兆円	20.4兆円
	○国際観光の拡大・充実		
	・訪日外国人旅行者数	4,000万人	1,974万人
	・訪日外国人旅行消費額	8兆円	3.5兆円
	・訪日外国人旅行者に占めるリピーター数	2,400万人	1,159万人
	・訪日外国人旅行者の地方部 ^{※1} における延べ宿泊者数	7,000万人泊 ^{※2}	2,514万人泊
	・アジア主要国 ^{※3} における国際会議の開催件数 ^{※4} に占める割合	アジア最大の開催国 (3割以上)	26.1%
	○国際相互交流の推進		
・日本人の海外旅行者数	2,000万人	1,621万人	
具体的な施策	○国際競争力の高い魅力ある観光地域の形成 ○観光産業の国際競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成 ○国際観光の振興 ○観光旅行の促進のための環境の整備		

※1…地方部とは、三大都市圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県）以外の地域をいう

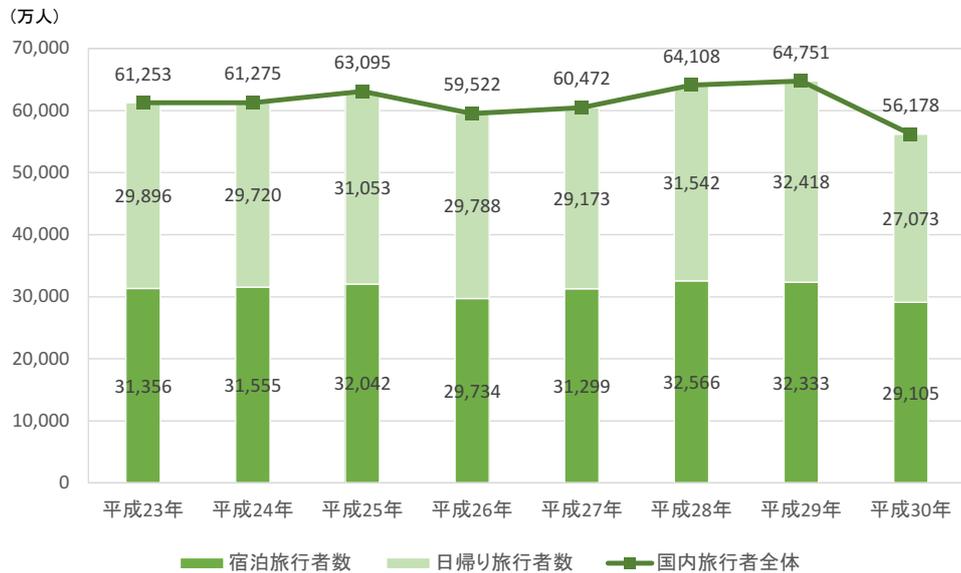
※2…外国人延べ宿泊者数のうち、地方部の占める割合を50%とすることを目標としている

※3…アジア主要国とは、日本、中国、韓国、オーストラリア、シンガポールの5カ国をいう

※4…ICCAの統計による

(1) 日本人の国内延べ旅行者数の推移

日本人の国内延べ旅行者数は、ここ数年横ばい傾向にありましたが、平成30年は5億6,178万人（前年比13.2%減）、うち宿泊旅行者が2億9,105万人（前年比10.0%減）、日帰り旅行者が2億7,073万人（前年比16.5%減）と前年に比べて減少しました。

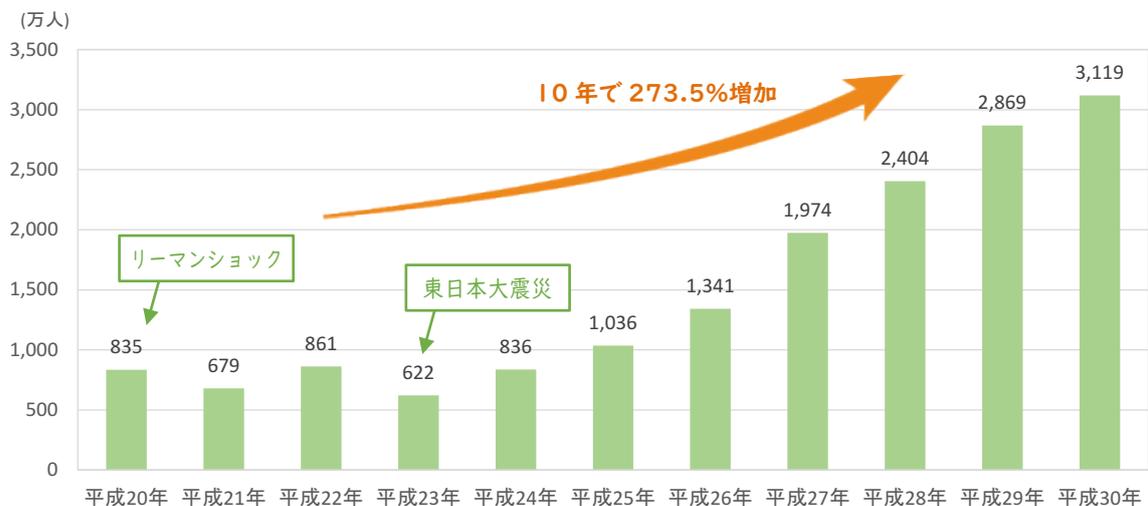


▲日本人の国内延べ旅行者数の推移

出典：「旅行・観光消費動向調査 2018 年年間値」（観光庁）

(2) 訪日外国人数の推移

日本を訪れる外国人数は、リーマンショックや東日本大震災の影響で増減を繰り返していましたが、平成23年以降増加を続け、平成30年には3,119万人（平成20年より273.5%増）を記録しました。



▲訪日外国人数の推移

出典：「訪日外客数」（日本政府観光局（JNTO））

(3) 1人当たりの消費単価の推移（国内）

日本人国内旅行の1人1回当たりの消費単価は、ここ数年横ばい傾向にありましたが、平成30年は36,462円/人（前年比11.8%増）、うち宿泊旅行者が54,300円/人（前年比9.2%増）、日帰り旅行者が17,285円/人（前年比11.3%増）と前年に比べて増加しました。



▲日本人国内旅行の1人1回当たりの消費単価の推移

出典：「旅行・観光消費動向調査 2018 年年間値」（観光庁）

3.2 埼玉県の観光動向

埼玉県は、観光づくりに関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、平成29年3月に「第2期埼玉県観光づくり基本計画」を策定しています。この計画では、外国人観光客の誘致や既存資源の徹底活用と観光基盤の整備等に取り組んでおり、令和3年までに外国人観光客数100万人、県外からの宿泊者数387万人を達成する等の目標を掲げています。

【第2期埼玉県観光づくり基本計画】

基本理念：知ってもらって、来てもらって、楽しんでもらえる観光立県 埼玉

基本方針：①東京2020オリンピック・パラリンピック等を契機とした、外国人観光客100万人の誘致

②多彩な観光資源による個性豊かな観光地の形成促進

③SAITAMAブランドの確立による地域経済の活性化

主要施策：○外国人観光客100万人の誘致

○既存資源の徹底活用と観光基盤の整備

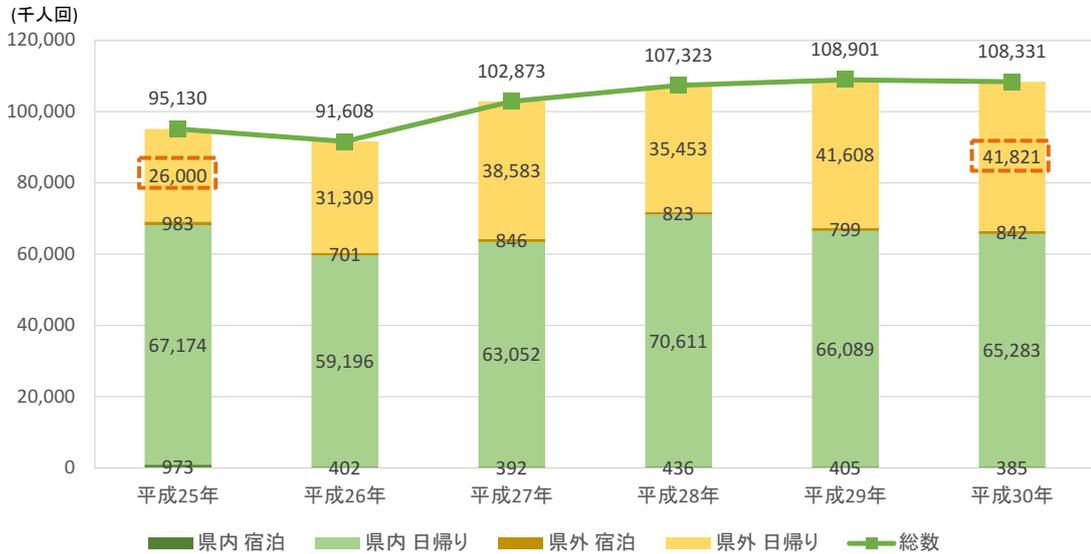
○アニメの聖地化推進

○SAITAMAブランドプロモーションの推進

第2期基本計画の数値目標	目標値 令和3年まで	実績値 平成27年時点
本県を訪れた年間外国人観光客数	100万人(推計値)	28万人(推計値)
県外からの年間の延べ宿泊者数	387万人	303万人
おもてなし通訳案内士の数	600人	72人
県内アニメイベントに参加した年間観光客数	100万人	40万人
観光客1人当たりの観光消費額（県外からの宿泊客）	23,400円	16,891円
観光客1人当たりの観光消費額（県外からの日帰り客）	5,800円	4,045円

(1) 県内を訪れる日本人旅行者数の推移

埼玉県を訪れる日本人旅行者数は年々増加傾向にあり、平成30年には108,331千人回となっています。中でも「県外からの日帰り旅行者」の数が増加傾向にあり、平成30年は41,821千人回と平成25年と比較して60.9%増加しています。

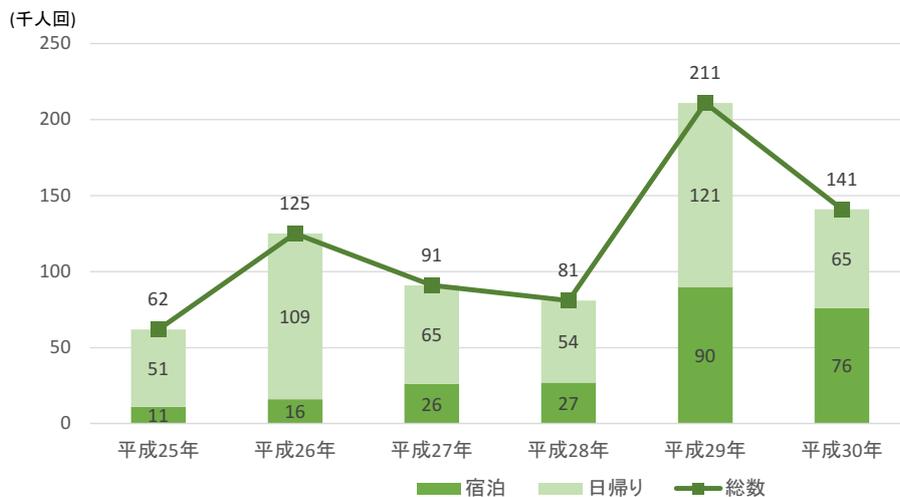


▲県内を訪れる日本人旅行者数の推移

出典：「埼玉県観光入込客統計調査」（埼玉県）

(2) 県内を訪れる外国人旅行者数の推移

埼玉県を訪れる外国人旅行者数は、平成29年に211千人回（平成25年比240.3%増）と急激に増加したものの、平成30年は減少し、141千人回（平成25年比127.4%増）となっています。

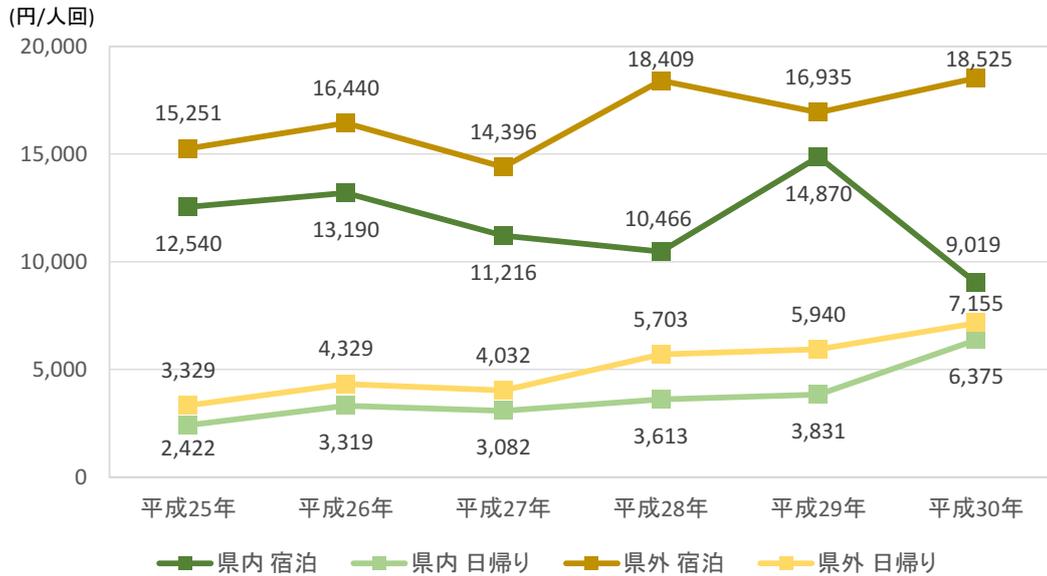


▲県内を訪れる外国人旅行者数の推移

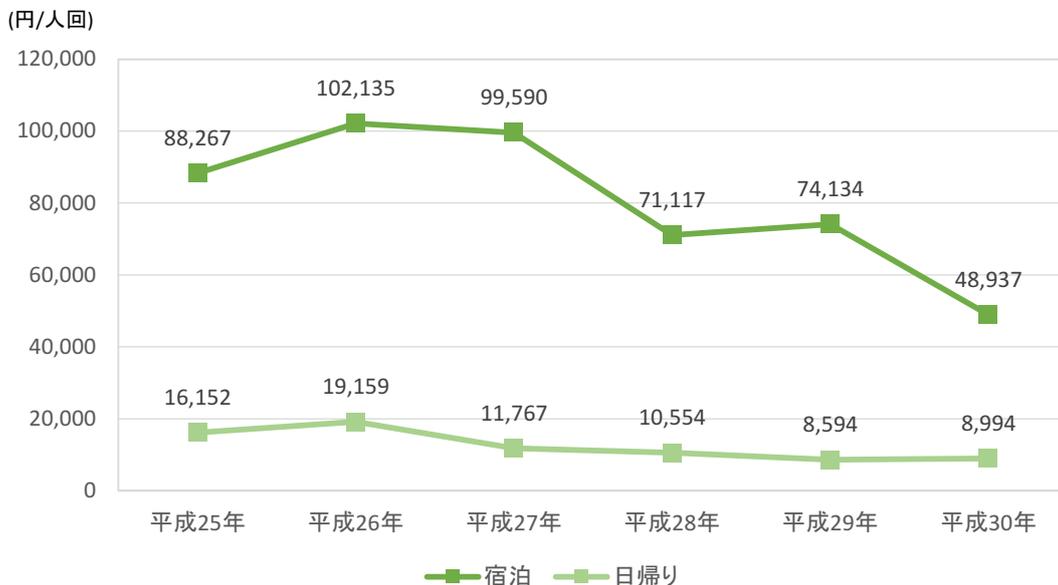
出典：「埼玉県観光入込客統計調査」（埼玉県）

(3) 1人1回当たりの消費単価の推移（県内）

国内旅行者の県内での1人1回当たりの消費単価は、日帰り客では県内客、県外客ともに増加傾向となっていますが、宿泊客では県内客はやや減少傾向、県外客はやや増加傾向となっています。外国人観光客の1人1回当たりの消費単価は、宿泊客は近年大幅に減少しており、日帰り客もやや減少傾向にあります。



▲ 1人1回当たりの消費単価（日本人観光客）の推移



▲ 1人1回当たりの消費単価（外国人観光客）の推移

出典：「埼玉県観光入込客統計調査」（埼玉県）

3.3 東松山市の観光動向

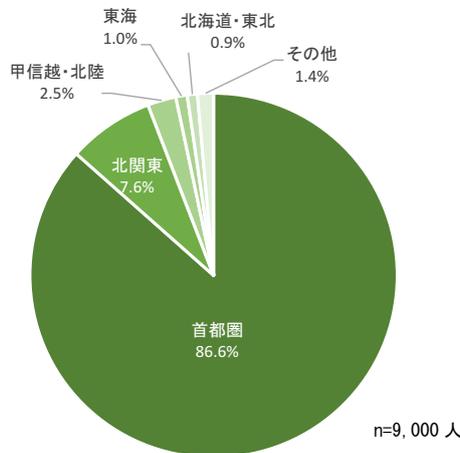
(1) 東松山市を訪れる観光客の特性

平成 30 年度に東松山市の観光実態の把握を目的として実施した調査結果をもとに、東松山市を訪れる観光客の発地や旅行形態、移動手段、滞在時間等について整理を行いました。

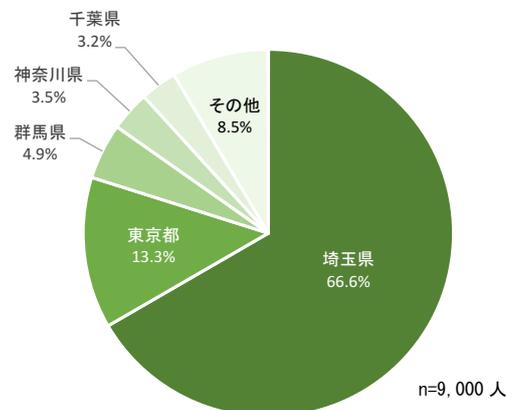
① 発地地域と来訪経験

東松山市への来訪者の発地地域は、首都圏が 86.6% を占め、都道府県別にみると県内が 66.6%、東京都が 13.3% と、近隣地域からの来訪が多いです。

東松山市への来訪経験者のうち、約 80% が来訪回数 2 回以上のリピーターです。

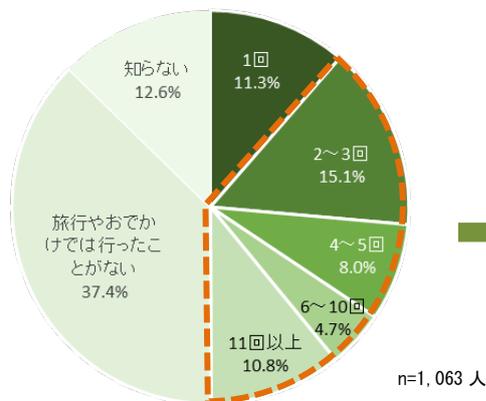


▲ 観光客の発地地域



▲ 観光客の発地都道府県

出典：「東松山市観光動態調査レポート資料（平成 30 年）」（東松山市）



▲ 東松山市への来訪経験

来訪経験者のみに着目した場合、来訪回数 2 回以上のリピーターが約 80% を占める。

※来訪経験者、来訪未経験者がそれぞれ 50%

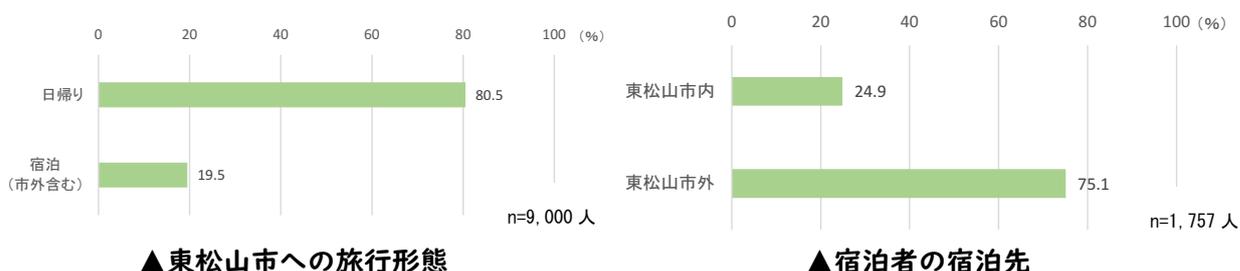
出典：「東松山市 GAP 調査報告書（平成 30 年）」（東松山市）

②旅行形態、同行者、来訪目的

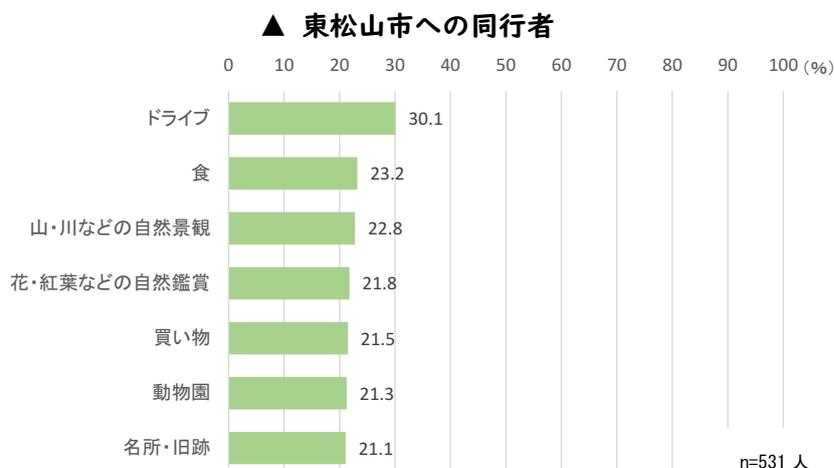
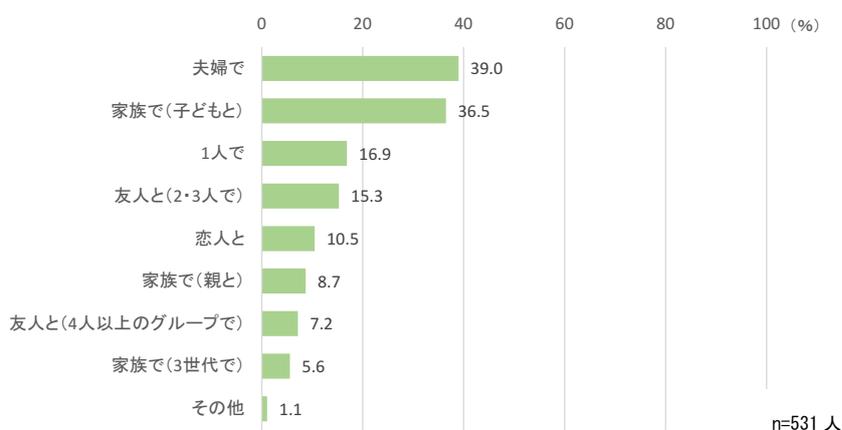
観光客の旅行形態は、80.5%が日帰りです。また、宿泊を伴う観光客のうち、75.1%が市外で宿泊しています。

同行者は、夫婦が39.0%、家族（子どもを含む）が36.5%と多く、なかでも65歳以上、50～64歳の中老年層や、埼玉県や群馬県からの小学生以下の子ども連れの家族が多いです。

東松山市への来訪の目的は、ドライブ（30.1%）や食（23.2%）、山や川等の自然景観（22.8%）、花や紅葉等の自然鑑賞（21.8%）が多いです。



出典：「東松山市観光動態調査レポート資料（平成30年）」（東松山市）

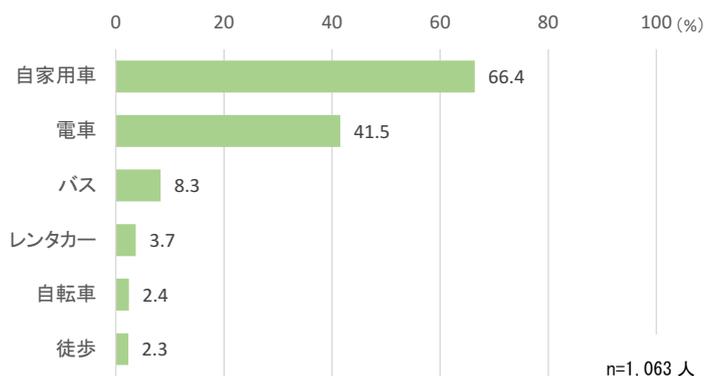


出典：「東松山市 GAP 調査報告書（平成30年）」（東松山市）

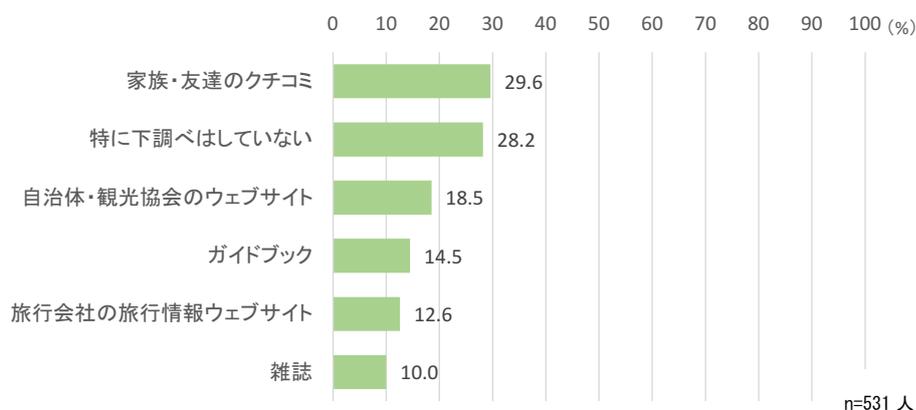
③移動手段、情報入手媒体

市内観光の移動手段は、自家用車が66.4%、次いで電車が41.5%となっており、自家用車または電車で市内を訪れる人が大半を占めています。

情報の入手方法は、家族・友達のクチコミ（29.6%）や自治体・観光協会のウェブサイト（18.5%）が多く、特に下調べはしてない（28.2%）観光客も比較的多いです。



▲東松山市での移動手段



▲東松山市に関する情報入手に利用した媒体

出典：「東松山市 GAP 調査報告書（平成 30 年）」（東松山市）

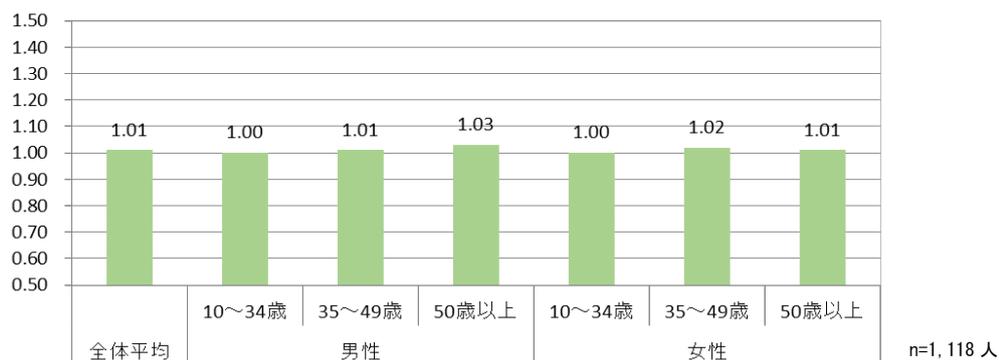
④平均滞在時間・平均周遊箇所数、訪問先

市内の平均滞在時間は3時間5分、平均周遊箇所数は1.01箇所と目的施設以外への周遊行動が少ないです。

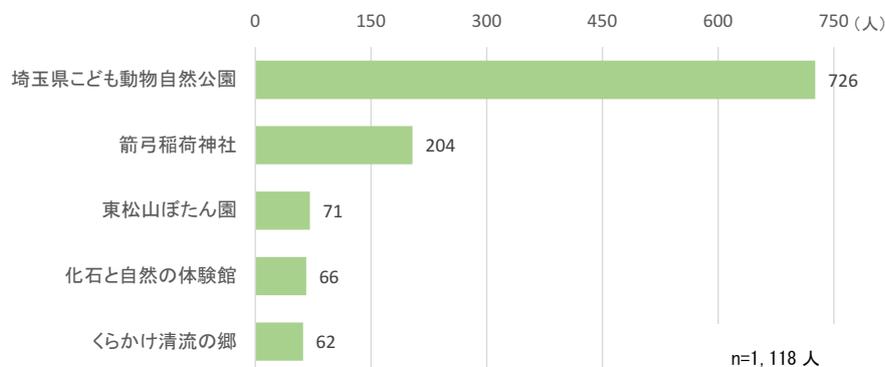
最も来訪者数の多い施設は、埼玉県こども動物自然公園（726人）で、次いで箭弓稲荷神社（204人）となっています。



▲性年齢層別滞在時間



▲性年齢層別平均周遊箇所数



▲主な観光エリアの来訪者数

出典：「東松山市観光動態調査レポート資料（平成30年）」（東松山市）

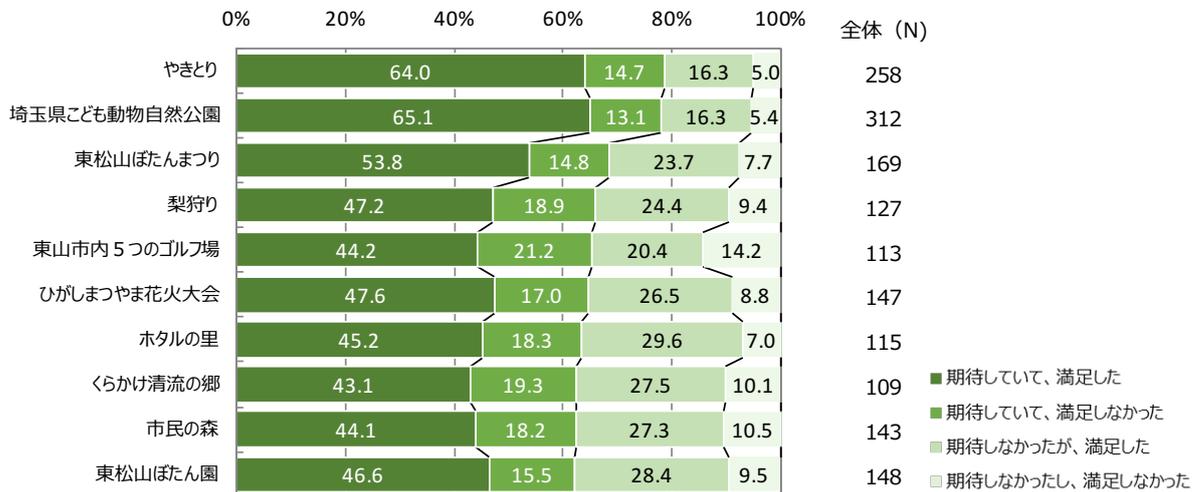
(2) 東松山市の観光に対する評価

東松山市の観光実態の把握を目的として実施した調査結果をもとに、東松山市を訪れた人の満足度や再訪意欲、首都圏に住む人の東松山市の観光資源への認知度・満足度等を整理しました。

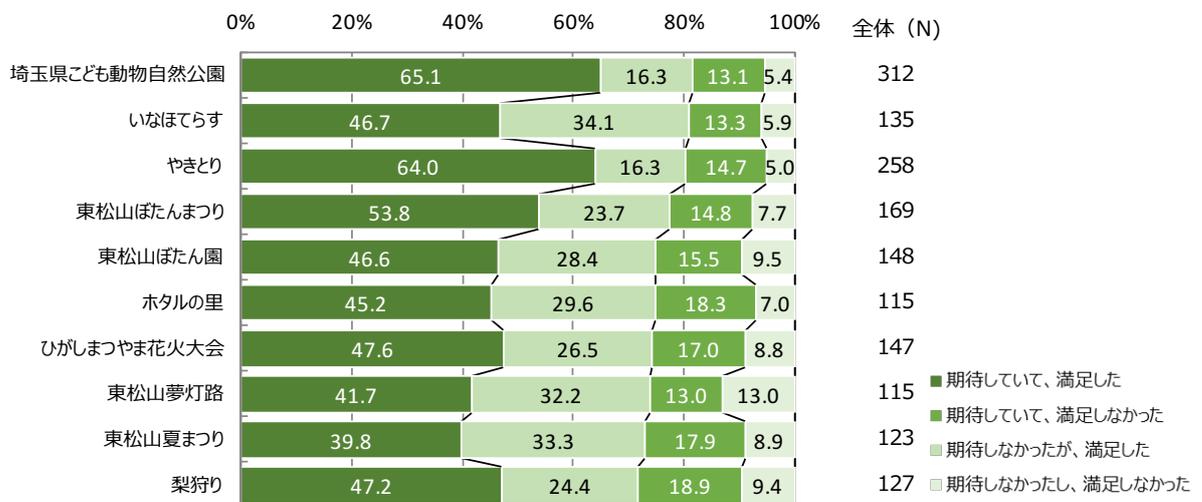
①期待度、満足度

来訪者の期待度が高い観光資源は、やきとり（78.7%）、埼玉県こども動物自然公園（78.2%）、東松山ぼたんまつり（68.6%）等があり、これらの観光資源は、来訪者の満足度も高い傾向にあります（やきとり：80.3%、埼玉県こども動物自然公園：81.4%、東松山ぼたんまつり：77.5%）。

その他の満足度が高い観光資源として、いなほてらす（80.8%、）や、東松山ぼたん園（75.0%）が挙げられます。



▲東松山市の観光資源に対する期待度

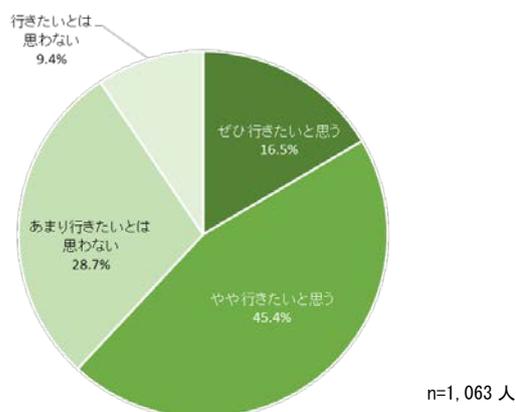


▲東松山市の観光資源に対する満足度

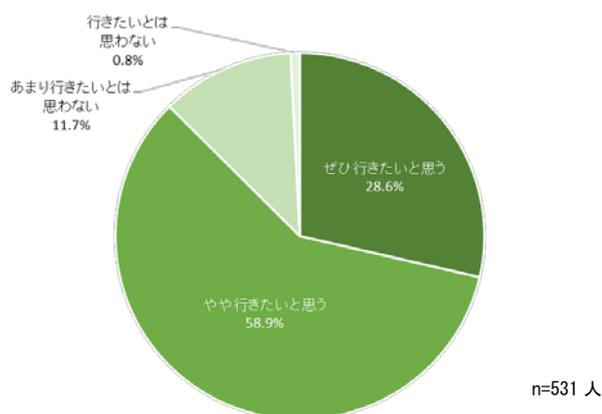
出典：「東松山市 GAP 調査報告書（平成 30 年）」（東松山市）

②再訪意欲

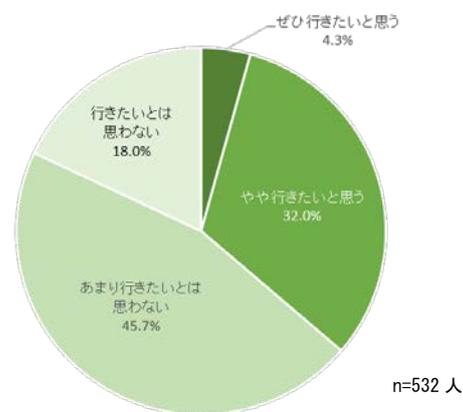
来訪者の87.5%が、東松山市への再訪意向（ぜひ行きたいと思う、やや行きたいと思う）を示しています。その一方で、非来訪者の来訪意向は36.3%に留まっています。



▲東松山市への来訪意向（全体）



▲東松山市への来訪意向（来訪者）



▲東松山市への来訪意向（非来訪者）

出典：「東松山市 GAP 調査報告書（平成 30 年）」（東松山市）

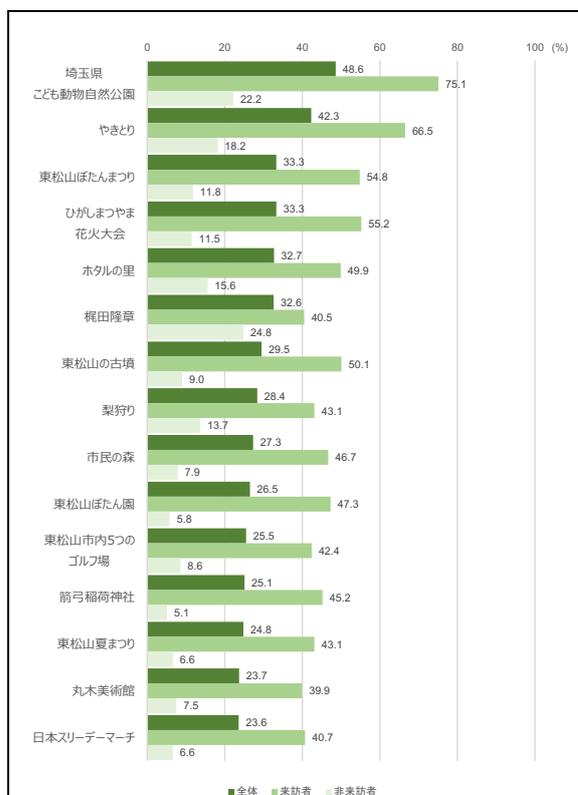
③観光資源の認知度・興味度

認知度は、全体で見ると全ての観光資源で50%未満となっており、特に非来訪者の認知度は全ての観光資源で25%未満と非常に低いです。

興味度については、認知度に比べると全体的にやや高い数値を示していますが、非来訪者の興味度は全ての観光資源で50%未満となっています。

認知度・興味度が共に比較的高い観光資源としては、やきとり、埼玉県こども動物自然公園、東松山ぼたんまつり、ひがしまつやま花火大会、ホテルの里等があります。

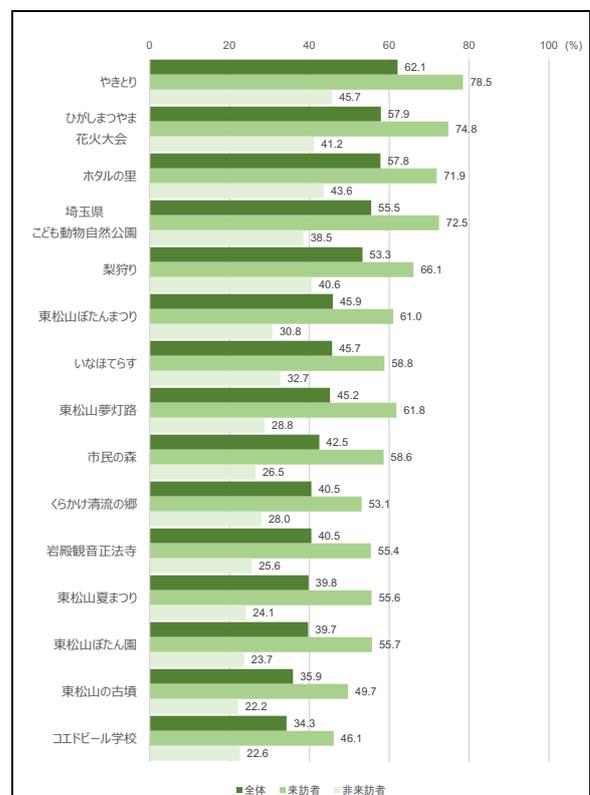
認知度は低いですが、興味度が高く、今後東松山市の観光の柱となり得る観光資源としては、梨狩り、市民の森、いなほてらす、くらかけ清流の郷等が挙げられます。



観光資源	認知度 (%)		
	全体	来訪者	非来訪者
埼玉県こども動物自然公園	48.6	75.1	22.2
やきとり	42.3	66.5	18.2
東松山ぼたんまつり	33.3	54.8	11.8
ひがしまつやま花火大会	33.3	55.2	11.5
ホテルの里	32.7	49.9	15.6
梶田隆章	32.6	40.5	24.8
東松山の古墳	29.5	50.1	9.0
梨狩り	28.4	43.1	13.7
市民の森	27.3	46.7	7.9
東松山ぼたん園	26.5	47.3	5.8
東松山市内5つのゴルフ場	25.5	42.4	8.6
箭弓稲荷神社	25.1	45.2	5.1
東松山夏まつり	24.8	43.1	6.6
丸木美術館	23.7	39.9	7.5
日本スリーデーマーチ	23.6	40.7	6.6

※「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いた事がある」と答えた割合の合計

▲東松山市の観光資源に関する認知度



観光資源	興味度 (%)		
	全体	来訪者	非来訪者
やきとり	62.1	78.5	45.7
ひがしまつやま花火大会	57.9	74.8	41.2
ホテルの里	57.8	71.9	43.6
埼玉県こども動物自然公園	55.5	72.5	38.5
梨狩り	53.3	66.1	40.6
東松山ぼたんまつり	45.9	61.0	30.8
いなほてらす	45.7	58.8	32.7
東松山夢灯路	45.2	61.8	28.8
市民の森	42.5	58.6	26.5
くらかけ清流の郷	40.5	53.1	28.0
岩殿観音正法寺	40.5	55.4	25.6
東松山夏まつり	39.8	55.6	24.1
東松山ぼたん園	39.7	55.7	23.7
東松山の古墳	35.9	49.7	22.2
コエドビル学校	34.3	46.1	22.6

※「とても興味がある」「やや興味がある」と答えた割合の合計

▲東松山市の観光資源に関する興味度

(3) 観光に対する市民の意識

観光振興に対する市民の意識を把握することを目的としたアンケート調査を、各分野に精通した市民31名を対象に実施しました。

調査の結果、訪れた人が楽しめる魅力があると感じている市民は少なく、市民にとって東松山市は観光のイメージが薄い傾向にあることがわかりました。一方で、多くの市民がより多くの観光客に市を訪れて欲しいと思っているだけでなく、観光振興に主体的に取り組んでいく意思も持っている傾向にあります。市民や観光関連団体と連携して第二次計画を推進するためには、東松山市の魅力を市民と共有し、様々な人に東松山市で楽しく過ごしてほしいという気持ちを醸成することが大切です。

(4) 東松山市の観光に関する課題の整理

東松山市の観光動向の把握を目的とした各種調査の結果から、東松山市の観光の現状の課題を以下の通り、整理しました。

課題① 滞在時間、周遊箇所の少なさ

来訪者の平均滞在時間は3時間5分、平均周遊箇所数は1.01箇所と、来訪目的となる施設等以外への周遊行動がほとんど生じていません。今後は、既存の観光資源を更に磨き上げ、活用するとともに、滞在時間、周遊箇所の拡大を図る仕組みづくりが必要です。

課題② 市内外への観光資源の周知不足

来訪経験者は、市内の観光資源に対し認知度や興味度が一定程度ありますが、来訪未経験者は認知度、興味度ともに低く、訪問意欲も低い状況です。効果的な情報発信を通じて、魅力的な観光資源がある場所として東松山市を認知してもらうきっかけを作ることが大切です。

また、東松山市に魅力的な観光資源があると感じている市民は少ない傾向にあります。市民も市内を楽しめる環境をつくる上では、市民の地域の魅力に対する理解を促進し、観光振興への参画を促すことも重要です。

4 東松山市の観光のこれからの取組課題

第一次計画の振り返りおよび第二次計画策定に係る各種調査から明らかになった東松山市の観光の実態をもとに市内外の有識者・関係者と議論を行い、第二次計画で取り組むべき5つの課題を抽出しました。

□地域資源の更なる磨き上げ、活用

第一次計画では、観光の目玉となる施設整備等を重点的に進めたことにより、入込客数も着実に上昇を続けてきました。更なる観光客の獲得を目指す上では、施設等の既存資源一つ一つの魅力を更に高め、活用を促進することが重要です。

□観光客の周遊の促進

入込客数は増加しているものの、観光客の平均周遊箇所数は1.01と低い水準にあり、市内周遊につながっていません。観光振興を地域活性化につなげる上では、地域の資源をつなぎ、周遊や滞在時間の延長を促す仕組みづくりが必要です。

□東松山らしさを体現する地域ブランドの確立

東松山市は多様な地域資源を有しているものの、市のイメージが市民や首都圏在住者に浸透していない面があります。東松山らしさ、強みを市内外に発信していくためには、地域ブランドを確立する必要があります。

□市内外に向けた戦略的なPRの実施

市外から見た東松山市＝観光のイメージはあまりない状況にあります。更なる観光客の獲得に向けて、ターゲットを明確にするとともに、市民とも協力をしながら、東松山市の魅力在市内外に効果的に発信する仕組みづくりが求められます。

□観光関連団体間の連携強化

現在、東松山市では観光関連団体間で観光に関する情報を共有し、連携を促進する仕組みが脆弱な状況です。一丸となって観光振興に取り組む上では、東松山市の観光の現状や課題を共有し、観光関連団体間の連携・協働を促進することが重要です。

5 東松山市の観光振興に向けた考え方

東松山市の観光振興に向けた考え方として、第二次計画期間の“基本理念”と、その理念を実現するための“基本方針”“目標”“基本施策”を設定します。この理念を共有し、地域の魅力を磨き上げ、活用しながら、市民、観光関連団体、行政が連携して観光振興に取り組むことが重要です。

5.1 東松山市における観光振興の前提

東松山市の魅力として、「自然とのふれあい」「歴史・文化・芸術」「体験・学び」が挙げられます。これらの魅力は、若者や中高年、ファミリー層といった東松山市を訪れる多様な人々のニーズに合った楽しみ方を提供することができます。訪れる人が自分の年齢や家族構成に応じて楽しみ方を選択できることは、東松山市の観光の強みであると考えます。

東松山市を訪れる様々な人が楽しめるよう、これらの魅力を高め、つなぎ合わせるとともに、訪れる人を受け入れる体制を構築することが大切です。

また、比企地域や周辺地域とも連携を図りながら、広域的な魅力向上の寄与に取り組みます。

◆東松山市の観光の主な要素

自然とのふれあい

都心に近い環境の中で自然にふれあいながらBBQやウォーキングを家族や友人等と楽しむことは東松山市の観光の魅力です。

◇主な資源

くらかけ清流の郷、東松山ぼたん園、物見山公園、市民の森、上沼公園、下沼公園 等

◇複数の要素にまたがる主な資源

まなびのみち（自然とのふれあい、体験・学び）、化石と自然の体験館（歴史・文化・芸術、体験・学び）
梨狩り（自然とのふれあい、体験・学び）、埼玉県平和資料館（歴史・文化・芸術、体験・学び） 等

歴史・文化・芸術

東松山市には、様々な年代の歴史資源があり、遺跡や化石、街並み等多様な切り口から当時の様子を感じることができるのも大きな魅力です。

◇主な資源

箭弓稲荷神社、岩殿観音正法寺、將軍塚古墳、八雲神社、高坂彫刻プロムナード、丸木美術館 等

体験・学び

東松山市には、梨狩りや動物園での乗馬等多様な体験があります。また、この体験を通じて、動植物の生態や地域の風土について学べる強みがあります。

◇主な資源

埼玉県こども動物自然公園、東平の梨園 農林公園（いちご摘み取り体験） 等

様々な観光体験を演出

5.2 基本理念

東松山市における観光振興の前提を踏まえ、訪れる様々な人が、それぞれに合った楽しみ方を見つけ、笑顔で市内観光ができるまちづくりを目指し、観光振興の“基本理念”を以下の通り設定しました。この理念を市内で広く共有し、行政、観光協会、商工会、商店会、市民等が連携をしながら取組を推進します。

出会う！楽しむ！学ぶ！

笑顔あふれるまち 東松山

東松山市には、豊かな自然や歴史・文化・芸術、体験・学びといった様々な魅力があります。市を訪れる人は自分の趣味等に合わせた魅力を選ぶことで、誰もがライフステージに合った楽しみ方を見つけることができます。これは訪れる人だけでなく、住む人にとっても同様です。

市民ひとりひとりが主役となって、地域の良さを発見・発信し、交流を生み出すことで、気軽に来られて、楽しめるまち東松山を目指します。

5.3 基本理念の実現に向けた方針

東松山市における観光振興の“基本理念”の実現に向けた“基本方針”を3つ設定しました。また、基本理念及び基本方針に基づいて、4つの基本施策を設定し、各基本施策の取組を評価する4つの目標を設定しました。

【基本理念】

出会う！楽しむ！学ぶ！ 笑顔あふれるまち 東松山

【基本方針】

魅力の共有

市民とともに地域の魅力を共有することで、市民の地域への愛着の醸成を図ります。

魅力の再編集

地域の魅力を更に磨き上げ、来訪者に応じて魅力をアレンジすることで、誰もが笑顔で楽しめるまちを目指します。

魅力の発信

ターゲットに応じた魅力の発信により、東松山市を訪れる観光客の増加を図ります。

【目標（令和7年度まで）】

目標①

観光入込客数の増加
265万人 ⇒ 285万人

出典：観光入込客統計調査結果（埼玉県）

目標②

行政、観光協会が管理を行う観光パンフレットの配架場所の増加
7箇所 ⇒ 30箇所

目標③

観光協会ホームページの月平均の閲覧回数（PV数^{※1}）の増加
6,200PV^{※2} ⇒ 9,300PV

目標④

東松山市に愛着を感じる市民の増加
71.7% ⇒ 80.0%

出典：市民意識調査（東松山市）

【基本施策】

地域資源を活かす

観光資源をつなぐ

観光情報を届ける

地元観光を楽しむ

※1…PV数（ページビュー数）とは、ユーザーがWEBページを閲覧した回数を表します。

※2…観光協会HPの1か月間のPV数から、東松山市HP（ぶら〜り東松山）の2019年の同時期のPV数および年間のPV数をもとに観光協会HPの月平均PV数を推計

6 具体的な取組

東松山市の観光振興の“基本理念”の実現に向けて、令和2年度からの6年間で取り組むべき施策を以下に示します。各施策は4つの基本施策に基づいて設定し、具体的な取組を推進していきます。

【施策および取組内容】

基本施策	施策	取組内容
基本施策1 地域資源を活かす	1-1 観光資源の更なる活用	①新たなイベントの開催
		②新たな体験プログラムの創出
		③歴史・文化・芸術資源の積極活用
	1-2 旅行関連事業者との連携	④旅行関連事業者への情報提供
		⑤様々なテーマのツアー開発
	1-3 市内特産品の認知度向上	⑥地域ブランド認定制度の取組
		⑦特産品のPR強化
基本施策2 観光資源をつなぐ	2-1 市内周遊を促す仕組みづくり	⑧テーマ性や季節性のあるモデルコースの設定
		⑨ウォーキングを活用したモデルコースの設定
	2-2 市内の協働を高める取組	⑩事業者からの意見集約
		⑪観光協会を中心とした連携強化
	2-3 広域連携の強化	⑫比企地域内の自治体との連携強化
		⑬周辺観光地との連携
		⑭東武東上線沿線自治体との連携強化
基本施策3 観光情報を届ける	3-1 観光情報の充実	⑮観光協会への観光情報の集約
		⑯外国人観光客向けリーフレットの作成
	3-2 効果的な観光情報の提供	⑰テーマや四季に応じた観光情報の発信
		⑱ターゲットに応じた観光情報の発信
		⑲周遊を促す情報発信
基本施策4 地元観光を楽しむ	4-1 市民が楽しみ魅力を発信	⑳市民に向けた観光情報の発信
		㉑市民が感じる魅力の共有と発信による集客力の向上
		㉒市民が市内の観光を楽しむ機会の創出

基本施策Ⅰ 地域資源を活かす

第二次計画においては、第一次計画期間に重点的に整備を進めてきた観光施設、東松山市の歴史や文化を背景とする様々な地域資源を有効活用し、市内観光の魅力を高めるための取組、旅行関連事業者と連携した人を呼び込むための取組を推進します。

また、地域資源の活用に向けた取組の1つとして、特産品の発掘やPR強化に取り組むことで、東松山市の認知度向上、地域経済の活性化につなげていくことを目指します。

【基本施策Ⅰ：取組内容および実施時期】

施策	取組内容	実施時期		
		短期 (R2-3)	中期 (R4-5)	長期 (R6-7)
1-1 観光資源の更なる活用	①新たなイベントの開催	→	→	→
	②新たな体験プログラムの創出	→	→	
	③歴史・文化・芸術資源の積極活用	→	→	→
1-2 旅行関連事業者との連携	④旅行関連事業者への情報提供	→	→	→
	⑤様々なテーマのツアー開発		→	→
1-3 市内特産品の認知度向上	⑥地域ブランド認定制度の取組	→	→	→
	⑦特産品のPR強化	→	→	→

※各施策の具体的な取組内容を次頁以降に整理します。

施策Ⅰ-Ⅰ 観光資源の更なる活用

取組① 新たなイベントの開催

これまでに整備された観光施設等を活用し、今後も多くの人々が訪れ、リピートに繋がるよう、新たなイベントを実施します。イベントの実施においては、各施設の特徴や魅力、利用者層を踏まえ、親子や3世代といった様々な利用者が楽しめる工夫を行います。

取組② 新たな体験プログラムの創出

各観光施設において、訪れる人の満足度を高め、更なる利用者の獲得に繋がるよう、各施設ならではの体験プログラムを創出します。体験プログラムの創出においては、東松山市の歴史や自然といった魅力が伝わるよう各施設の特徴を踏まえ、工夫を行います。

取組③ 歴史・文化・芸術資源の積極活用

市内の遺跡や神社仏閣、文化財、芸術品等の価値や魅力を埋蔵文化財センター等と連携し把握するとともに、観光に活用する可能性を整理し、観光協会等と情報を共有します。また、関連するテーマ性を有する資源を結び、ストーリー性のある魅力的なモデルコースを構築し、観光協会のホームページ等でPRを行います。

更に、観光ガイドが文化財の魅力を伝えることができるよう、市内の文化財に関する知識の習得を支援します。



▲農林公園のいちご摘み取り体験



▲若宮八幡古墳

施策 1-2 旅行関連事業者との連携

取組④ 旅行関連事業者への情報提供

観光協会と連携し、首都圏の旅行会社の企画造成担当者やメディア関係者を対象に、観光案内ガイドブックや各施設のイベントチラシ等を定期的に送付し、東松山市の魅力や受入環境のPRを行います。

取組⑤ 様々なテーマのツアー開発

旅行会社と連携し、東松山市を訪れるツアーの開発に向け、旅行関連事業者に働きかけを行います。ツアー内容の検討にあたっては、多様な楽しみ方ができる東松山市の観光の特徴に合わせ、テーマ性のあるツアーの構築を目指します。また、ツアー販売においては、旅行会社や観光協会と連携して、市内外への周知を行うことでツアー参加者の増加を図ります。

施策 1-3 市内特産品の認知度向上

取組⑥ 地域ブランド認定制度の取組

令和元年度から開始した地域ブランド認定制度（「ひがしまつやまプライド」）を継続的に実施し、市内産業の振興を図るとともに、認定品の充実を図ります。

取組⑦ 特産品のPR強化

市内外で開催されるイベントへの出展、ふるさと納税の返礼品としての活用、市内の観光施設等での販売に向けた調整等を行い、特産品の認知度向上に取り組みます。イベント出展の際は、地域ブランドのロゴが記載されたPRアイテムの活用等の工夫を行います。また、イベントでは特産品のPRだけでなく、東松山市の観光とも結びつけてPRすることで、東松山市の認知度向上を図ります。



▲「ひがしまつやまプライド」ブランドロゴマーク

基本施策 2 観光資源をつなぐ

東松山市を訪れる観光客の周遊促進を図ることは、第二次計画期間における取組課題の一つです。そこで、ウォーキングの活用、市内の地域資源をつなぐ観光コースの設定やPR等の取組を通じて、観光客の回遊性向上に向けた取組を推進します。

また、市内および周辺地域との連携・協働を推進し、それぞれの“つながり”を深めていくことで、東松山市内を訪れるきっかけづくり、東松山市の観光の新たな価値の創出に取り組みます。

【基本施策 2：取組内容および実施時期】

施策	取組内容	実施時期		
		短期 (R2-3)	中期 (R4-5)	長期 (R6-7)
2-1 市内周遊を促す仕組みづくり	⑧テーマ性や季節性のあるモデルコースの設定	→		
	⑨ウォーキングを活用したモデルコースの設定		→	→
2-2 市内の協働を高める取組	⑩事業者からの意見集約	→	→	→
	⑪観光協会を中心とした連携強化	→	→	→
2-3 広域連携の強化	⑫比企地域内の自治体との連携強化	→	→	→
	⑬周辺観光地との連携		→	→
	⑭東武東上線沿線自治体との連携強化	→	→	→

※各施策の具体的な取組内容を次頁以降に整理します。

施策2-1 市内周遊を促す仕組みづくり

取組⑧ テーマ性や季節性のあるモデルコースの設定

「歴史巡り」や「体験学習」等、テーマや季節に応じた東松山市の楽しみを訴求するため、観光協会と連携しながらモデルコースの設定を行います。設定したモデルコースは、観光協会のホームページ等を通して情報を発信し、コース内のおすすめスポットの情報を掲載する等、多様な楽しみ方を提供します。

取組⑨ ウォーキングを活用したモデルコースの設定

新たに整備を行った農林公園等、東松山市北部地域の観光資源をウォーキングを活用して巡るモデルコースを設定します。

また、設定したモデルコースは、周辺の見どころやコースまでのアクセス情報等をパンフレットや観光協会のホームページで発信し、認知度向上と来訪者の増加に取り組むとともに、北部地域を中心とした市内周遊の促進を図ります。

施策2-2 市内の協働を高める取組

取組⑩ 事業者からの意見集約

観光協会と連携し、観光に関連する施設や民間事業者を対象に、東松山市の観光の課題や必要と感じている取組等を把握するアンケート調査を実施します。調査結果は回答者や観光関連団体へフィードバックし、現状や課題の共有を図ります。

取組⑪ 観光協会を中心とした連携強化

観光協会が活動の幅を広げ、機能の充実を図るために、観光協会の職員のスキル向上を目的とした勉強会等を開催します。更には、観光協会が中心となり実施する、地域の観光人材の意識醸成・スキル向上、市内事業者との連携強化を目的とした勉強会の開催支援を行います。

また、観光協会の収益面での改善を推進するため、市内や周辺地域を巡る旅行商品の販売や、旅行会社との連携による旅行商品の販売促進に向けた支援を行います。

施策2-3 広域連携の強化

取組⑫ 比企地域内の自治体との連携強化

埼玉県と1市7町1村で構成される比企地域元気アップ実行委員会において、共同イベントの開催や広域的な情報発信を行う等、更なる連携の強化を図ります。

取組⑬ 周辺観光地との連携

東松山市周辺で現在、観光客が多く訪れている川越等からの周遊促進に向け、旅行会社や該当自治体・観光協会等と連携しながら、互いの地域が持つ強みを発揮し、観光客の誘客に取り組みます。

取組⑭ 東武東上線沿線自治体との連携強化

令和元年度に規模を拡大した東武東上線沿線サミットに参画する自治体との連携を強化し、イベント等の開催を通じて、東武東上線沿線地域の魅力と共に、東松山市の観光情報を発信し、地域外からの誘客を図ります。



▲比企地域元気アップ実行委員会の活動の様子



▲東武東上線沿線サミット臨時電車運行

基本施策3 観光情報を届ける

観光協会 HP のリニューアル等、第一次計画期間から継続的に、市内の観光案内・情報発信に向けた取組を推進しています。第二次計画においては、東松山市の観光の魅力を市内外へ効果的に届けるための取組として、テーマ性や季節性に着目した観光情報やターゲットに応じた多様な媒体による観光情報の発信を行うことで、東松山市の観光の認知度向上、来訪者数の拡大につなげていきます。

【基本施策3：取組内容および実施時期】

施策	取組内容	実施時期		
		短期 (R2-3)	中期 (R4-5)	長期 (R6-7)
3-1 観光情報の充実	⑮観光協会への観光情報の集約	→	→	→
	⑯外国人観光客向けリーフレットの作成	→		
3-2 効果的な観光情報の提供	⑰テーマや四季に応じた観光情報の発信	→	→	→
	⑱ターゲットに応じた観光情報の発信	→	→	→
	⑲周遊を促す情報発信		→	→

※各施策の具体的な取組内容を次頁以降に整理します。

施策3-1 観光情報の充実

取組⑮ 観光協会への観光情報の集約

現在、東松山市では観光に係るイベント等の情報が各事業者のホームページで発信されている状況です。市内の観光情報を観光協会に集約し、正確でタイムリーな情報を届けられるよう一元的な情報の発信を図ることで、観光協会ホームページの観光情報の充実や、SNSを活用した観光情報の発信を強化します。

取組⑯ 外国人観光客向けリーフレットの作成

東松山市を訪れる外国人観光客が地域の魅力を知り、理解できるよう、観光協会と連携しながら、外国人観光客向けリーフレットの作成を実施します。リーフレットを作成する上では、観光情報を網羅的に掲載するのではなく、外国人観光客のニーズに合わせ、情報を発信するとともに、近隣の外国人観光客が多く訪れている地域や日本スリーデーマーチにおいて配布を行います。

施策3-2 効果的な観光情報の提供

取組⑰ テーマや四季に応じた観光情報の発信

東松山市を訪れる人が、観光の目的や訪れる時期に合わせて観光情報を入手できるよう、観光協会のホームページや SNS 等でテーマや季節に応じた東松山市の魅力やおすすめの観光スポット、モデルコースを紹介します。

取組⑱ ターゲットに応じた観光情報の発信

観光協会と連携し、東松山市の観光のテーマごとに想定したターゲットに応じて観光情報の発信方法を選択し、より効果的な媒体による情報発信を行います。

取組⑲ 周遊を促す情報発信

ゴルフ場や、埼玉県こども動物自然公園、日本スリーデーマーチへの参加等、東松山市を訪れる人の中には、特定の目的を持っている方が多くいます。これらの来訪者や参加者を対象に、目的地の前後での市内の周遊や、リピーターとなって再度東松山市を訪れてもらうことを目的としたPRを対象施設や観光協会と連携して実施します。

基本施策4 地元観光を楽しむ

誰もが楽しめる市内観光を実現するためには、市民も東松山市を楽しめる環境を整えることが大切です。市民にも東松山市の魅力や良さを積極的に発信するとともに、市民が感じる良さを収集・発信することで、市民の東松山市への愛着の醸成、観光への参加促進につなげていくことを目指します。

【基本施策4：取組内容および実施時期】

施策	取組内容	実施時期		
		短期 (R2-3)	中期 (R4-5)	長期 (R6-7)
4-1 市民が楽しみ魅力を発信	①市民に向けた観光情報の発信	→	→	→
	②市民が感じる魅力の共有と発信による集客力の向上	→	→	→
	③市民が市内の観光を楽しむ機会の創出	→	→	→

※各施策の具体的な取組内容を次頁以降に整理します。

施策4-1 市民が楽しみ魅力を発信

取組⑳ 市民に向けた観光情報の発信

市民が東松山市の観光に触れる機会を充実し、市の持つ魅力を発見、再認識してもらうため、広報紙やホームページ等を活用して、市内の行祭事や観光施設に関する情報を継続的に発信します。また、情報に関係する地域の風土や歴史を紹介する等、情報発信の工夫を行うことで、市民の市に対する愛着の向上を図ります。

取組㉑ 市民が感じる魅力の共有と発信による集客力の向上

市民ひとりひとりが感じる東松山市の魅力と共有するとともに、地域の魅力として、積極的に市内外に情報を発信する取組を観光協会と連携しながら行うことで、集客力の強化を図ります。

取組㉒ 市民が市内の観光を楽しむ機会の創出

健康増進と余暇の充実を目的とした市民のウォーキングの推進を図りながら、市民が市内の魅力に触れ、市の魅力を再認識し、市内観光を楽しめる機会の創出に取り組みます。



▲埼玉県子ども動物自然公園



▲くらかけ清流の郷

7 取組の推進体制

本計画の着実な実行による、東松山市の観光の実現に向けた第二次計画の推進体制および各主体が担う役割、取組の進捗管理の手法を示します。

7.1 取組を推進する体制づくり

東松山市の観光振興を実現するためには、行政、観光協会だけでなく、民間事業者、商工会、市民が一体となって取組を推進する必要があります。それぞれが主体的に果たすべき役割を持って、相互に連携・協働しながら計画を推進していきます。



❖ 関係主体それぞれの役割

東松山市の観光振興に向けた取組の推進を担う、行政、観光協会、商工会、民間事業者、市民、それぞれの役割を以下に整理します。

各々が自分たちの役割を認識し、主体的に取り組むことが大切です。

【東松山市】

*観光協会や商工会、民間事業者、市民と情報を共有しながら、東松山市の観光振興に積極的に取り組みます。

*市内の観光に係る情報収集を行い、ニーズに対応したサービスの提供を支援します。

*商工観光課を中心に庁内での連携を図るとともに、周辺自治体とも連携をしながら、情報の共有や東松山市の魅力を発信します。

【観光協会】

*市内の観光振興に関する取組を主体的に推進します。

*東松山市の魅力を市内外に広く発信し、観光客の誘客を推進します。

*行政との協力のもと、市民、民間事業者、商工会と連携を図り、観光振興に係る具体的な事業を実施します。

【商工会（商店会 等）】

*イベントを共同で開催し、観光客の誘客を推進します。

*地域ブランド認定制度等を通じて、市内産業の振興を図ります。

【民間事業者（旅行会社、鉄道事業者 等）】

*市内への観光客の誘客・プロモーション、周遊促進、広域連携の取組等において、行政や観光協会、商工会と連携した取組を推進します。

【市民】

*東松山市の観光に関心を持ち、観光振興の実現に向けた取組に積極的に参画します。

*東松山市が有する地域資源への理解、地域への愛着を深め、ひとりひとりが東松山市の魅力を楽しまます。

❖ 施策ごとの役割分担

施策および取組内容ごとに“取組主体”と“取組主体を補佐する組織”を位置づけ、それぞれの組織を中心に協働しながら観光振興に向けた取組を推進します。

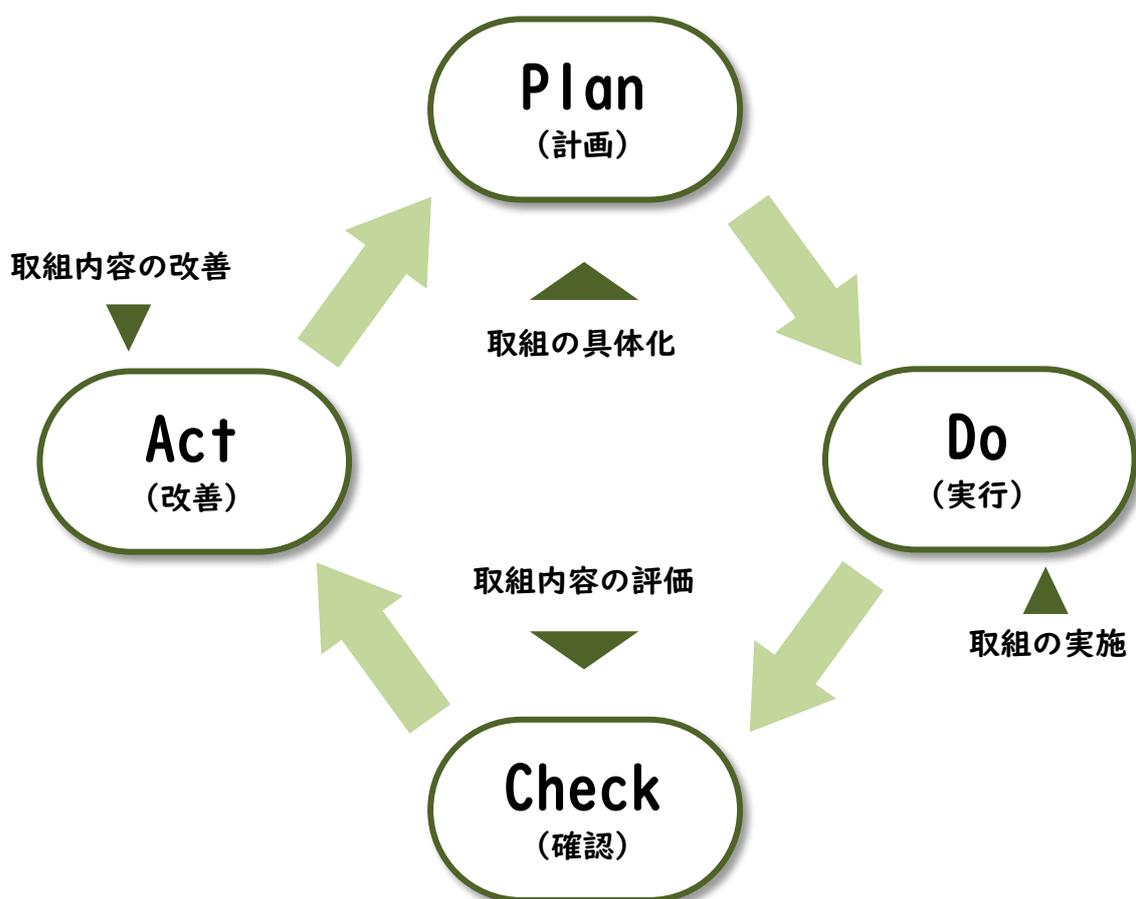
基本施策	施策	取組内容	実施時期			取組主体 (●) 取組主体を補佐する組織 (○)		
			短期 (R2~3年)	中期 (R4~5年)	長期 (R6~7年)	市	観光 協会	商工会
基本施策1 地域資源を 活かす	1-1 観光資源の更なる活用	①新たなイベントの開催	→			●	○	
		②新たな体験プログラムの創出	→			●	○	
		③歴史・文化・芸術資源の積極活用	→			○	●	
	1-2 旅行関連事業者との連携	④旅行関連事業者への情報提供	→			○	●	
		⑤様々なテーマのツアー開発		→		○	●	
	1-3 市内特産品の認知度向上	⑥地域ブランド認定制度の取組	→			●	○	○
		⑦特産品のPR強化	→			●	○	○
基本施策2 観光資源を つなぐ	2-1 市内周遊を促す仕組みづくり	⑧テーマ性や季節性のあるモデルコースの設定	→			○	●	
		⑨ウォーキングを活用したモデルコースの設定		→		○	●	
	2-2 市内の協働を高める取組	⑩事業者からの意見集約	→			○	●	
		⑪観光協会を中心とした連携強化	→			○	●	
	2-3 広域連携の強化	⑫比企地域内の自治体との連携強化	→			●	○	
		⑬周辺観光地との連携		→		○	●	
		⑭東武東上線沿線自治体との連携強化	→			●	○	
基本施策3 観光情報を 届ける	3-1 観光情報の充実	⑮観光協会への観光情報の集約	→			○	●	
		⑯外国人観光客向けリーフレットの作成	→			○	●	
	3-2 効果的な観光情報の提供	⑰テーマや四季に応じた観光情報の発信	→			○	●	
		⑱ターゲットに応じた観光情報の発信	→			○	●	
		⑲周遊を促す情報発信		→		○	●	
基本施策4 地元観光を 楽しむ	4-1 市民が楽しみ魅力を発信	⑳市民に向けた観光情報の発信	→			●	○	
		㉑市民が感じる魅力の共有と発信による集客力の向上	→			○	●	
		㉒市民が市内の観光を楽しむ機会の創出	→			○	●	

7.2 本計画の進捗管理

本計画の実効性を高めるために、「PDCA サイクル」の考え方のもと、取組の進捗管理を行います。PDCA マネジメントサイクル（計画 ⇒ 実行 ⇒ 確認 ⇒ 改善）を用いて進捗の管理を行い、着実な取組の進行を図るとともに、取組状況や市内の観光動向等に応じて、適宜、対応を行います。

また、進捗管理を、各取組主体、取組主体を補佐する組織と連携して行うことで、観光振興の実現に向けた効果的な取組につなげていくとともに、計画の進捗について、毎年度、市ホームページ上で報告します。

❖ PDCA マネジメントサイクルの考え方





第二次東松山市観光振興基本計画
(令和2年度～7年度)

東松山市 環境産業部 商工観光課

〒355-8601 埼玉県東松山市松葉町 1-1-58

電話番号 0493-23-2221(代表)